m2
SUPLEMENTO DE ESTILO
Y DECORACION DE PÁGINA/12.
SABADO 19 DE FEBRERO DE 2005.
AÑO 6. Nº 313.

costa

una charla con De Filippis y López demuestra qué es el diseño en Mar del Plata



Dieste en el Borges

POR MATIAS GIGLI

Si la obra de Eladio Dieste no es lo suficientemente conocida en nuestro país, es exclusivamente por la excesiva ansiedad que tienen los argentinos en llegar a la playa cuando viajan al Uruguay. Sus obras en ladrillo cerámico están en el camino. Montevideo y Atlántida tienen espléndidas obras de este uruguayo. Son lecciones de un ingeniero acerca de las técnicas constructivas y la racionalidad estructural que generan, como en el caso de Nervi, Candela, Frei Otto o el actual Calatrava, espacios y formas hermosas. La luz como protagonista y la forma al servicio de una invención estructural.

Dieste nació el 1º de diciembre de 1917 en Artigas, Uruguay. Como proyectista de Puentes y Estructuras trabajó en el Ministerio de Obras Públicas y en la Comisión de la Represa del Rincón del Bonete. Construyó iglesias en Atlántida, en el barrio de Malvin de Montevideo y en Durazno, una terminal de ómnibus en Salto, el shopping de Montevideo, casas unifamiliares, entre otros muchos trabajos. En todos, la estructura organiza la construcción y da sentido a la obra.

Desde el miércoles 16 de febrero hasta principios de marzo se exhibirá una muestra de sus trabajos en el Centro Cultural Borges, sala Pabellón Berni. Está curada por Standford Anderson, director del Departamento de Arquitectura del Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT) de los Estados Unidos. El material expuesto forma parte del libro sobre la obra de Dieste "Innovations in Structural Art" del propio Standford Anderson, por Princeton University.

El interés por su obra reside en la búsqueda que hizo, desde una ocasional colaboración con Bonet en 1945, sobre las estructuras tipo cáscaras en ladrillos cerámicos. Su obra cuenta con una variedad de temas en la que la racionalidad y audacia formal es la única cosa que las vincula. El éxito técnico, económico y estético de sus bóvedas de doble curvatura y sus láminas plegadas tiene un fundamento teórico que lejos de ser exclusivamente estructural se sitúa en el terreno general de las convicciones intelectuales.



La elegancia delgada de sus cubiertas interminables, la opulencia escultórica de sus muros reglados y la luz rítmica de sus interiores sagrados o industriales no proviene sólo del cálculo sino que se apoya además en la certeza de que proyecto y construcción son inseparables en el convencimiento de que materiales y formas se eligen en función de procesos. Dieste muestra con su obra que no hay nada más teórico que una buena práctica.













Diseño en la costa

Mar del Plata es cuna de buenos diseñadores industriales. Hernán De Filippis y Diego López, docentes y socios de un estudio especializado en luminarias, son un buen ejemplo de ello y sobre todo de cómo se trabaja en el interior.

POR LUJAN CAMBARIERE

Mar del Plata, además de playa, casino y espectáculos, tiene diseño. Como otras ciudades que cuentan con una carrera de diseño industrial, puede jactarse de tener muy buenos profesionales en este campo. Sobre todo, también, porque fundada por el gráfico Nicolás Jiménez en colaboración con el arquitecto Ricardo Blanco en 1989, allí la carrera tiene varias particularidades. Después de un año de cursada común, se divide en tres orientaciones –indumentaria, producto y textil– lo que permite a los alumnos especializarse abriéndose paso rápidamente al mercado laboral, en una ciudad que no escapa a las vicisitudes propias del país y especialmente del interior, pero donde justamente sobre todo después del 2001 algunas de las industrias relacionadas con esas especialidades son las más florecientes.

Hernán De Filippis y Diego López egresaron en el '99. Actualmente son docentes en las cátedras de diseño I y diseño II, respectivamente. Juntos conforman DDH Estudio Diseño, una editora especializada en productos, sobre todo de iluminación. Además, López tiene un posgrado en objetos utilitarios para el hogar del Centro de Diseño Industrial de Montevideo, Uruguay, creado por el Centro de Cooperazione Italiana, y De Filippis acaba de terminar el master en diseño del Mercosur de la misma institución por el que viajó a capacitarse a Italia, y es presidente del Distrito II, Sede Mar del Plata, del Colegio de Diseñadores Industriales de la provincia de Buenos Aires. Con ellos habló **m2** sobre cuestiones que competen al diseño en esta ciudad con vista al mar.

Diseñadores autoproductores

Eso es lo que ellos son. Y para lo que, según ellos, se los prepara básicamente en la facultad debido a las posibilidades que hay. Juntos trabajan desde abril del 2002. Diseñan y comercializan sus productos en toda la costa. Empezaron con el diseño de objetos promocionales, cartelería y escenografía y casi de forma casual, por un encargo de una empresa, se fueron especializando en luminarias. Hoy tienen un taller del que salen más de cincuenta modelos distintos –cilíndricas, cuadradas, rotadas– en polipropileno para bares, discos, restaurantes y todo tipo de locales comerciales. Además reciben encargos especiales de arquitectos como realización de mobiliario o stands y siempre están ampliando sus propias familias de objetos. En el 2003 fundan junto a otra diseñadora industrial, Natacha Gader, el Centro de Diseño Patagónico en Trelew, Chubut, usina-local de diseño propio y ajeno. Tanto desde el ámbito privado como desde la facultad trabajan por abrirse paso en la profesión, sorteando las dificultades y particularidades propias que tiene trabajar fuera de la Capital Federal.

–Cuando se asociaron, ¿pensaron en explotar algún segmento en especial?

H.D.F.: –La realidad es que fue después del 2001, así que si queríamos vivir de esto no había mucho tiempo para pensar en un producto ideal sino en algo que tuviera salida. Así nos abocamos a los objetos promocionales y por un encargo de la Cervecería y Maltería Quilmes surgió una primera lámpara para bares y confiterías del país que tuvo mucho éxito y nos permitió pensar en más.

–¿La ciudad tiene sus fuertes?

H.D.F.: –Obviamente la pesca, el agro, el turismo. Pero, a veces, si bien siempre se trabaja en pensar productos o diseños para estos segmentos y hasta desde la facultad se piensa en ello, es muy difícil porque generalmente se requiere de inversiones muy importantes. Pensemos en maquinaria agrícola, en la que sería muy interesante innovar, y de hecho, algunos lo hacen, pero no es lo más común. Desde el estudio y en líneas generales también vemos que pasa, fuimos a lo más accesible. Ofrecer productos para el segmento gastronómico, hotelero, locales de decoración como las lámparas, que nosotros mismos pudiéramos producir, controlar su calidad y comercializar.

–¿Se podría pensar en nichos particulares por tratarse de una ciudad balnearia tan importante?

D.L.: –Sí. De hecho acá nuestra temporada más fuerte es de noviembre a febrero, cuando a raíz del turismo muchísimos locales comerciales reabren sus puertas entonces hay que acondicionarlos. Y ahí estamos nosotros con las lámparas o, tanto major, con mobiliario. También hay muchos diseñadores industriales trabajando en el sector textil. Mar del Plata es la Capital Nacional del Pullover así que se invirtió hace un tiempo en esa maquinaria. Y ni hablar de la indumentaria con marcas de surf reconocidas mundialmente fundadas por chicos de acá.

–¿Y productos para la playa?

H.D.F.: –Se pensó y se piensa siempre en idear productos para la playa o sobre todo para ofrecerle al turismo como algún tipo de souvenir que reemplace al caracol o al lobo de mar. Uno sabe que el turista gasta determinada plata por día y sería genial que un porcentaje lo hiciera en algo relacionado al diseño. De hecho hace poco, por ejemplo, una bodega invirtió en la creación de un carrito refrigerador de uvas para la playa, pero, como en todo, hay que estudiar bien las necesidades reales.

–¿Es más difícil ser diseñador en el interior?

D.L.: –Parece un cliché pero es bien real: "Dios está en todas partes pero atiende en Buenos Aires". Mejor dicho en la Capital. Por empezar la materia prima la tenemos que comprar allá. Como los negocios consignan mercadería a nosotros se nos hace inviable dejarla y controlar todo a la distancia. Por eso vendemos en la costa. Y además, generalmente, con igual producto son muy distintas las posibilidades que tenemos desde acá. Allá está el CMD u otras instituciones que apoyan de alguna forma al diseño y a la generación de productos.

H.D.F.: –Acá en Mar del Plata estamos lejos y cerca. Cuatro horas en auto, cinco en tren, menos de una en avión, pero a veces nos sentimos tan lejos. Sobre todo cuando notás el desconocimiento que se tiene de lo que pasa acá. En Mar del Plata hay profesionales sumamente capacitados. Muchos que han viajado al exterior por pasantías o becas y pocos lo saben. En la Capital, aunque también debe ser difícil ser diseñador, ciertamente hay alguna posibilidad más de crédito, becas y ciertamente más visibilidad.

–¿Se puede pensar en un diseño distinto con vista al mar?

H.D.F.: –No, sería mentiroso decir que hay una creatividad distinta. Sí, tal vez, como dijimos antes exploramos algunos nichos más que otros. Y lo que es positivo es que la carrera tenga estas especializaciones. Que desde la docencia se trabaje muy fuerte la posibilidad del diseñador autoproductor porque es una realidad de acá para ocuparse en las industrias más fuertes como la alimentaria, indumentaria y todo lo relativo al turismo.

D.L.: –La verdad es que como marplatenses podemos sentirnos orgullosos de muchos colegas que emprenden cosas o crean marcas de renombre internacional. El surf con el diseño de tablas, calzado, accesorios e indumentaria es el mejor ejemplo con chicos jóvenes que ya son todos unos empresarios.

H.D.F.: –Por otro lado, la tesis de la facultad ahora se divide en diseño social, agroindustria o rodados y de ahí también surgen cosas muy interesantes. Por ejemplo, este año uno de los trabajos finales fue el de un diseñador que creó un carrito especial para vender frutas y verduras pensado especialmente para una organización social que trabaja en huertas orgánicas que ya le hizo varios encargos.

–¿Por qué eligieron la carrera?

D.L.: –Me impactó eso de poder hacer desde un avión hasta una cuchara.

H.D.F.: –Yo hice un secundario técnico y casi al terminar vinieron a hablarnos un ingeniero, un arquitecto y un diseñador industrial. Me apasionó de inmediato todo lo que se podía crear siendo un diseñador industrial ■

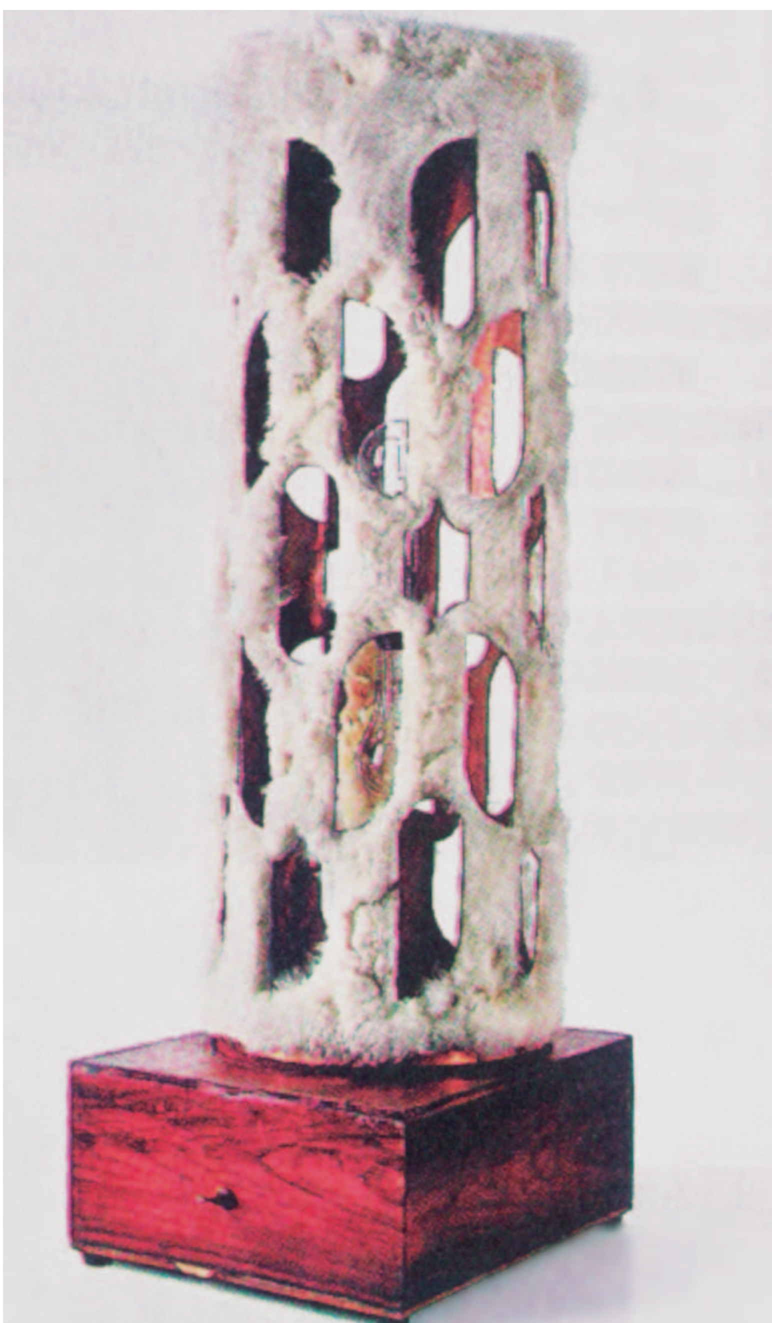
DDH Estudio Diseño:
Rawson 3131, Mar del Plata.
Tel. 0223-495901.
E-mail: estudioddh@yahoo.com.ar

POR SERGIO KIERNAN



La lámpara de los sueños

Fue inventada por un beatnik en 1959 e hizo las delicias de Burroughs y Ginsberg. Es una lámpara giratoria de efecto estroboscópico que induce un estado alfa y sueños lúcidos.



Parece una lámpara y es una lámpara, pero en realidad es un artefacto beatnik que hizo las delicias de Allen Ginsberg y de Timothy Leary, y obsesionó por cuarenta años al viejo drogón de William Burroughs. Se llama Dreamachine –Máquina de Sueños– y su función es crear destellos estroboscópicos que inducen un estado alfa, para soñar despierto. Cuando está apagada, es un interesante artefacto de los sesenta.

La Dreamachine fue inventada en 1959 por dos beats, el artista Brion Gysin y el estudiante de matemáticas Ian Sommerville. La idea les surgió después de enterarse de las investigaciones de John Smythies y Grey Walter, dos científicos especializados en neurología. Smythies y Walter experimentaban con impulsos sensoriales y el entonces flamante electroencefalograma, intentando mapear las zonas cerebrales y sus funciones. Los dos científicos descubrieron, al pasar, que una luz destellando de 8 a 12 veces por segundo hacía que una persona con los ojos cerrados pero mirando hacia la lámpara disminuyera el ritmo eléctrico del cerebro, entrando en un estado de semiinconciencia.

Este estado es el famoso alfa, aquel en que todos entramos cuando nos despertamos el domingo, no tenemos que salir corriendo y nos quedamos en la cama con los ojos cerrados, más dormidos que despiertos. Son momentos en los que se sueña bastante y se sabe que se está soñando.

En ese albor de la era de las drogas y psicodelia, no cuesta imaginar la fascinación que despertó la Dreamachine entre los beatniks. Pero Gysin tenía otra cosa en mente: quería hacerse rico. Como era un delirante, el artista se ilusionó con que su máquina reemplazaría a la televisión y soñaba con que papi y mami se sentaran a soñar en el living de su casa en los suburbios. La Philips, la Columbia y varias compañías más lo sacaron con cajas destempladas, incluyendo la pregunta de qué pasaría si un epiléptico usaba la máquina. (Nadie sabe qué pasaría pero se recomienda no regalarle una, por las dudas. Es que una persona en 10.000 puede tener un ataque por la estimulación lumínica, lo mismo que un chico en 5000, porque ellos son más sensibles.)

Gysin tuvo que resignarse a hacer pocas máquinas y vendérselas a beatniks primero y a hippies después. El artefacto es sencillísimo: una caja oculta un motor como los de las viejas bandejas tocadiscos, que hace girar un alto cilindro 80 veces por minuto. En el medio hay una lámpara fija de 150 watts. El efecto estroboscópico se logra por las perforaciones en el tubo, que puede ser de cualquier material liviano, mientras que sea opaco. Así se construye lo que el viejo Leary, inventor y misionero del LSD, llamó "el instrumento neurofenomenológico más sofisticado jamás diseñado".

La maquinita hubiera desaparecido de escena sin más, junto a las pipas de agua y –ojalá– la bambula, si no fuera por otro artista plástico, David Woodward. Basado en Los Angeles, Woodward escuchó hablar de la Dreamachine por un amigo de Gysin, muerto en 1986, a fines de los ochenta. Este amigo le prestó los diagramas originales de la máquina y Woodward construyó su primera en 1989. Con los años y el boca a boca, Woodward terminó vendiéndole dos a Burroughs –que ya había convencido a todos de que era inmortal– y a personajes como Iggy Pop, Beck y Kurt Cobain.

Las máquinas de Woodward son idénticas en lo esencial a las de Gysin, con el tubo realizado en passepartout blanco. Por pedido, Woodward las reviste de cualquier material o las hace en acero, y para el funeral de Burroughs instaló una forrada en armiño (ver foto).

¿Qué efectos tiene la maquinita? Lo primero es que al conectarse –y el sujeto tiene que estar con los ojos cerrados y sentado en algo cómodo– se comienzan a ver complejas figuras lumínicas, mucho más nítidas y complicadas que cuando uno mira una luz y luego cierra los ojos. Pasado este caleidoscopio, pueden ocurrir dos cosas. Una es que no se vea nada y simplemente uno se relaje bastante. Otra es tener sueños como los que se tienen en la duermevela, antes de dormirse totalmente o de despertar. Estos sueños no son particularmente alucinógenos sino realmente parecidos a los normales: volar, caminar por un pasillo, estar en la playa. Todos, los que soñaron y los que no, coinciden en que terminada la sesión estaban profundamente relajados, como si hubieran tomado una larga siesta.

Para los que les interese el fenómeno, hay varios foros de discusión en Internet –basta buscar "Dreamachine" en la red– y se acaba de publicar en EE.UU. un libro, *Chapel of Extreme Experience*, de John Geiger. Algún día, en algún festival, se podrá ver por acá el documental *William Burroughs in the Dreamachine*, de John Aes-Nihil ■

Para comer en el tren

Perdidita en un ensanche de vía, a la altura de Donato Alvarez, está la Asociación de Ferromodelistas de Buenos Aires. Es un lugar de reunión de amantes de los trenes, un par de "formaciones" que ya no van a ninguna parte: vagones de pasajeros, vagones de carga de diferentes edades, un furgón de aquellos del correo y los tarros de leche. En la cola, más cercano a la calle y a la sombra de un gomero ya añoso, un imperial vagón comedor. Que sucede que está abierto al público, y como restaurante, bajo el nombre de Como en el Tren.

El vagón es de los tiempos en que el tren era un lujo pensado como un crucero de tierra firme, barcos lanzados a cruzar vastas pampas con confort y con clase. Inglés, como tanto del viejo parque rodante nacional, vino para acá en 1914, justo antes de la Gran Guerra, y su edad se nota en el toque Art Noveau de su interior. El vagón fue construido y revestido en madera y antiguamente se podía entrar por ambos lados: un extremo, el de la cocina, tenía un estrecho pasadizo que llevaba a los vagones turista; el otro, con entrada más presentable, daba a los wagons-lit y a la primera, lo que los rusos llaman "clase blanda" pensando en sus asientos.

Esta es la entrada actual al restaurante, unos escalones que permiten subir al peldaño y de ahí al pequeño hall que tienen todos los trenes. Pasando dos puertas vidriera –en una el cristal todavía tiene su bisel y el logo FCER, Ferrocarriles de Entre Ríos, grabado al ácido– se accede al maravilloso salón comedor.

El lugar es original en un 80 por ciento y muchos de los reemplazos son de época. El vagón sigue sirviendo a 36 comensales y sigue teniendo un espacio para vajillas. Las mesas son compactas, de tren, cada una tiene su ventana con persiana y cortinitas, y los asientos tienen respaldos acolchados en cuerina verde, con curvas románticas. El que curiosee encontrará las chapitas esmaltadas que las numeran y el timbre de botón de porcelana que antaño llamaba a los mozos. Levantar la vista significa encontrar los compactos ventiladores de techo, metálicos y de lo más ferroviarios.



Pero el punto focal es la maravillosa arcada, llena de curvas y espejos, que enmarca al diminuto mostrador, más cabina que otra cosa, flanqueada por vitrinas hoy llenas de vinos. Esta pieza, por la que un anticuario sería capaz de matar, oculta la cocina, que fue ampliada removiendo el pasillo que ya no tenía uso. Buena parte del equipamiento sigue siendo original, como el secaplatos con estantes en ángulo y topes cuasinavales, para que los platos no lluevan con los barquinazos del tren. En algún rincón del piso, oculto tras el linóleo, está el acceso a una jaula que cuelga cerca de las ruedas: allí viajaban las gallinas que los cocineros ferroviarios mataban y pelaban para ofrecer pucheros tiernos.

Visitar Como en el Tren es una buena introducción a esto de usar vagones como ámbitos fijos, tan de moda, y un regreso a ciertas sensaciones medio perdidas de viajes nocturnos, comilonas y copas melba en mesas que vibraban.

Como en el Tren está en Donato Alvarez 173, a una cuadra de Rivadavia. Tiene estacionamiento sobre la vía. Reservas al 15-5021-4686.